

УДК 339

М. А. МУДРА, аспірантка Тернопільського національного університету
ім. І. Пулюя

ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАВОК ПРОДУКЦІЇ

В статті розкрито та проаналізовано значення інформації та інформаційних технологій в управлінні ланцюгами поставок продукції. Проаналізовано значення Інтернету, як чинника економії витрат та часу і використання його як засобу швидкого обміну інформацією у ланцюгах поставок продукції.

Ключові слова: ланцюги поставок, інформаційні технології, інтернет.

Вступ. В сучасних умовах господарювання важливим чинником успіху підприємств є швидкий обмін інформацією, а також її швидкий збір та обробка для прийняття ефективних управлінських рішень.

Для швидкого отримання замовлення чи передачі даних про необхідну продукцію всюди повинна бути циркуляція інформації. Значення інформації у ланцюгах поставок продукції полягає у її використанні від моменту складання замовлення до надходження товару і подальшої співпраці з партнерами по бізнесу та з усіма ланками ланцюга поставок.

Аналіз останніх досліджень. Вивченням значення інформації у ланцюгах поставок займалися такі провідні науковці, як Кальчук Т. С., Ярещенко Н. В., Гончар М. Ф., Чухрай А. І., Козловський В. В., Яворська І. О., науковці відзначали, що ефективний обмін інформацією між суб'єктами ринку сприяє підвищенню прибутковості підприємств.

Погоджуючись із думкою авторів зазначимо, що використання інформаційних технологій у діяльності підприємств є надзвичайно важливим і потребує постійного дослідження адже із розвитком науки і техніки з'являються нові інструменти передачі даних і інформації загалом.

Цілі статті. Основною метою статті є розкриття суті інформаційних технологій та їх значення у діяльності підприємств. Розкрити сутність інтернет-маркетингу, як засобу управління ланцюгами поставок продукції.

В сучасних умовах господарювання для розробки комплексної програми управління господарсько-виробничою діяльністю підприємств доцільним є використання нових інформаційних технологій, які забезпечують економію часу та ресурсів для досягнення поставлених цілей.

© М. А. Мудра, 2012

Основою сучасного розвитку управління ланцюгами поставок є підвищення значення інформації. Використання інформації у ланцюгах поставок спрямоване на забезпечення швидкого і правильного обміну інформацією між партнерами про реальний і прогнозований попит з боку клієнтів, про зміну запасів, про транспортно-складські потужності. Метою такого обміну є заміна фізичних запасів інформацією про них. За допомогою інформаційно-технологічного інструментарію управління ланцюгами поставок сьогодні можна виконати більшість функцій, що ставляться до рішення задач по управлінню всім ланцюгом поставок.

Саме тому І. В. Заєць зазначає, що інформація-це головний елемент будь-якої із функцій управління. Володіння повною, достовірною, актуальною та оперативною інформацією надає ринкові переваги та знижує фінансовий ризик, ефективно підтримує прийняття рішень. При наявності повної інформації стає можливим прийняття раціональних управлінських рішень.

Що стосується сутності інформаційної технології, то в її основі лежить комплекс методів і процедур за допомогою яких можна виконати функції збору, передавання, обробки, зберігання та доведення до користувача інформації в організаційно-управлінських системах з використанням обраного комплексу технічних засобів.

Саме розвиток інформаційних технологій, в основі яких вагоме місце належить Інтернету, поява і бурхливе зростання електронної комерції стали основою для появи нового напрямку в системі управління ланцюгами поставок – Інтернет-маркетингу [2, с. 35]. При цьому головним завданням Інтернет-маркетингу є допомога у пошуку бажаних партнерів, і надання коштів для організації з ними потрібного виду комунікацій із необхідною інтенсивністю. При чому як показують результати досліджень, використання Інтернет-маркетингу в управлінні ланцюгами поставок може забезпечити підприємству зниження витрат та економію часу і ресурсів.

При цьому висока ефективність комунікативних властивостей Інтернет-маркетингу забезпечує можливість скорочення часу на пошук партнерів, прийняття рішень, здійснення угод, розміщення пропозицій на розробку нової продукції, і т. п. І головним є те, що інформацією, яка розміщена в Інтернеті можна користуватися цілодобово, що є дуже важливим фактором. Крім того, його комунікативні характеристики володіють високою гнучкістю, що дозволяє легко змі-

нювати інформацію, і, тим самим, підтримувати її актуальність без тимчасової затримки і витрат на розповсюдження [5, с. 23].

Перераховані переваги Інтернет-маркетингу також дозволять значного скоротити транзакційні витрати, пов'язані з налагодженням і підтримкою взаємодії між підприємством і його постачальниками. При цьому вартість комунікацій, значно зменшується, а функціональність цих комунікацій значно зростає.

В основі Інтернет-маркетингу лежить методологія організації маркетингу через те, що Інтернет володіє унікальними комунікативними характеристиками, це дає змогу підвищити можливості маркетингу у налагодженні взаємозв'язку підприємств і його партнерів. Крім того мережа Інтернет включає в себе можливість укладання угод, здійснення покупок і проведення платежів, надаючи йому риси глобального електронного ринку.

Висновок. Отже, використання інформації та сучасних інформаційних технологій у діяльності підприємств забезпечує прийняття ефективних управлінських рішень, знижує витрати, економить ресурси та час на обмін інформаційними даними між усіма учасниками ланцюга поставок.

Список літератури. 1. Ситник В. Ф. Основи інформаційних систем: [навч. посібник]. – Вид. 2-ге перероб. і доп. / В. Ф. Ситник, Т. А. Писаревська, Н. В. Єрьоміна, О. С. Краєва; За ред. В. Ф. Ситника. – К.: КНЕУ, 2001 – 420с. 2. Крикавський Є. В. Логістика. Основи теорії : [підручник]. 2-ге., вид. перероб. і доп. / Є. В. Крикавський. – Львів: Національний університет “Львівська політехніка (інформаційно-видавничий центр “ІНТЕЛЕКТ+”Інституту післядипломної освіти)” ”Інтелект-Захід”, 2006. – 453с. 3. Нападовська Л. С. Управлінський облік як інформаційна система ефективного управління підприємством / Л. С. Нападовська // Вісник Тернопільської академії народного господарства. Випуск 4. – 2004. – С. 137-147. 4. Заєць І. В. Роль інформації в системі управління підприємством / І. В. Заєць // Вісник ЖДТУ, 2010. – №2. – С. 97-98.

Надійшла до редколегії 10. 10. 2012

УДК 339

Значення інформації в управлінні ланцюгами поставок продукції / Мудра М. А. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 121 – 123. – Бібліогр.: 4 назви.

В статье раскрыты и проанализированы значение информации и информационных технологий в управлении цепями поставок продукции. Проанализировано значение Интернета как фактора экономии затрат и времени и использования его как средства быстрого обмена информацией в цепях поставок продукции.

Ключевые слова: цепи поставок, информационные технологии, интернет.

The paper reveals and analyzes the value of information and information technology in supply chain management solutions. Analyzed the importance of the Internet as a factor of cost savings and time and use it as a means of rapid exchange of information in the supply chain of products.

Keywords: supply chain, information technology and the Internet.